

酪農理解促進生産者緊急活動

-平成19年度の実施概要-



平成20年3月13日

社団法人 **中央酪農会議**

1. 活動の目的

最近における輸入飼料価格の高騰による生乳生産コストの大幅な増嵩等の国内酪農の生産環境の変化及び国際的な乳製品需給のひっ迫・価格高騰などの牛乳乳製品市場の構造変化について、消費者に早急かつ的確に情報を発信し、生乳生産の安定及び牛乳乳製品の国内需給の確保に向けた取り組みの必要性などについて、幅広い国民の理解を促進する。

2. 活動の期間

平成19年10月から12月の3ヶ月間。

活動の目標到達度を検証の上、必要に応じて活動期間を延長。（実際には現在も継続中）

3. 活動の主な目標

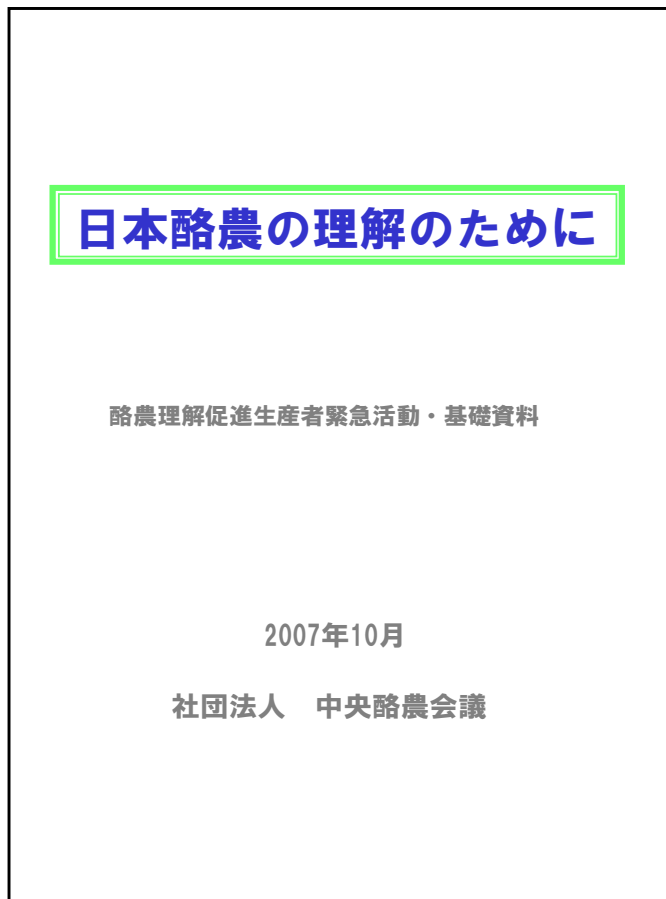
- ① チラシ等の配布物：100万人に配布
- ② マスコミ：三大紙・ブロック紙・地方紙掲載、TV 3社以上、各地方局での報道

4. 活動のステージ

- ① 活動準備期間：10月第1週まで
- ② 問題提起期間：10月第2週～第3週
- ③ 全国一斉活動期間：10月第4週～11月最終週
- ④ 目標到達期間：12月第1週～12月第3週

5. 活動の統一的なキャッチコピー

『NO MILK NO LIFE』 ～牛乳のない生活なんて考えられない！～



**組織向情宣基礎資料
(32頁)**



**記者向報道用資料
(24頁)**



**流通向け小冊子
(16頁)**

牛乳の多い食卓なんて考えられない! NO MILK NO LIFE

知っていましたか?
「牛乳」が日本人にとって
どんなに大切なものを...

知っていましたか?
毎年たくさんの牧場が
なくなっていることを...

知っていましたか?
世界中が、自国の牛乳・乳製品
の確保で精一杯なことを...

きてください。
いま、日本の牧場がピンチです!!
このままでは、日本の食卓から「牛乳」
がなくなってしまうかもしれません。

このリーフレットを見てください、
日本の牛乳の「今」が見えてきます...

4 知ってください!
酪農家の厳しい現状を。
そして感じてください!
酪農家の努力と情熱を。

酪農家の現状と牛乳の価格問題にご理解を。
牛乳・乳製品の原料となる生乳が不足しているのに、日本では牛乳の小売価格が低下し続けている。つまり、酪農家の収入の大部分を占める生乳価格が下がり、いま多くの酪農家が倒産せざるを得ない状況に追い込まれています。このままでは、牛乳を安定的に供給できなくなるかもしれない。実は酪農家はそんなピンチ状況に置かれているのです。

私たち酪農家は、これからもずっと、安全でおいしい牛乳を皆さんの食卓にお届けするためには、精進を怠りません。一定懸命がんばっています。日本の酪農家一同

NO MILK NO LIFE
牛乳の多い食卓なんて考えられない!

きてください!
いま、日本の牧場が
ピンチなんです!!

日本の酪農家一同

このリーフレットを手にする方へ送るお礼として
JNCA 中央酪農会議
〒103-8304 東京都千代田区大塚1-4-3 JAビル7階
http://www.dairy.co.jp/

きてください!
いま、
日本の牧場が
ピンチ
なんです!!

Thanks!

いつも
日本の牛乳を
ありがとうございます!!
日本の酪農家一同

NO MILK NO LIFE

1 知っていましたか?
牛乳がこんなにもみなさんの生活になくてはならないものであったことを!

お米よりも牛乳! お魚よりも牛乳!

平成13年の牛乳・乳製品の総消費量は、約1,200万トンです。その消費量(約900万トン)を食卓で使う牛乳・乳製品の多い食品と比べてみます。しかも、牛乳は国内生産の70%以上は自給率を確保しています。また、食料安全な日本人ですが、牛乳・乳製品からのカルシウム摂取量は、日本人食全体の約3割以上は輸入のミルクと原料の約43%も牛乳・乳製品から摂取しています。

日本人1人当たり
毎日飲む牛乳
約92.2Kg

日本人1人当たり
毎日食べるお米
約1.23kg
牛乳は毎日飲む牛乳の約75%を自給しています。

国内消費量
食料品別のカルシウム摂取量

2 知っていましたか?
飼料価格の高騰などにより経営難に陥ったたくさんの牧場が毎年廃業しています!

非常に厳しい牧場の現状。

飼料や薬料、トクホコや他牧場の飼料調達、飼料費の増大に加え、国内の牛乳は牛乳コストが上昇しています。その一方で、乳価は毎年約5%のペースで下落傾向にあり、酪農家は経営が厳しくなっています。また、飼料費が大幅に増えるなど、酪農家は経営が厳しくなっています。また、飼料費が大幅に増えるなど、酪農家は経営が厳しくなっています。

飼料費は約20%増
牛乳価格は約4割減

生産農家の収入状況(1990年～2014年)

3 知っていましたか?
海外でも牧場は厳しい状況。他国に輸出するような余剰な牛乳はないのです!

海外では自国の乳製品の保護に。

1ヶ月前に発表された世界の食料安全保障に関する報告書により、海外の牛乳も生産コストが上昇しています。いまも牛乳は世界的に需要が伸びているものの、自国産の安定供給を確保するために、自国産の牛乳の価格を上げることが必要です。国内の酪農家が減ったことで牛乳・乳製品は海外から輸入しようとする動きも強まっています。

アメリカ人1人当たり
毎日飲む牛乳
約3.9本分

フランス人1人当たり
毎日飲む牛乳
約5.6本分

ドイツ人1人当たり
毎日飲む牛乳
約6.0本分

主要国の牛乳価格(酪農家の受け取り価格)の推移

活動の主な実施内容 ① 中央での主な活動とマスコミの反応

1. 生産者緊急活動・記者懇談会：TV局・新聞社など23社39名



NHK・民放がTV報道、また全国紙・雑誌等も多数記事掲載

2. 生産者緊急活動宣言中央行動



関東生乳販連・全国団体等の酪農家や関係者、約300名が、都内各所で酪農の厳しい実態を消費者に訴求

活動の主な実施内容 ② 広告宣伝活動

全15刷/日額 380×512.5

これからもずっと、日本のおいしい牛乳・乳製品をお届けするために

私たちは、日本の酪農の「いま」を理解していただくための活動を行っています。

「日本の酪農を守ろう!」—東京・新大塚駅前広場

牛乳生産における飼料価格や燃料費の高騰は、日本の酪農業界に深刻な影響を及ぼしています。このままでは、私たちの食卓から牛乳が姿を消す可能性があります。中央酪農会議は、この危機を打開するため、東京・新大塚駅前広場を中心に、消費者の皆さんに日本の酪農の「いま」を伝える活動を行っています。

皆さんのメディアに取り上げられました。

PR活動に対して多くのメディアが取り上げてくれました。また、多くの消費者が牛乳の大切さを再認識し、酪農の現状について関心をもちました。また、多くの消費者が牛乳の大切さを再認識し、酪農の現状について関心をもちました。

知っているか? データから見えてくる

- 1 牛乳・乳製品の消費量は、増加傾向にあります。
- 2 飼料価格の高騰は、酪農業界に深刻な影響を及ぼしています。
- 3 牛乳の生産量は、減少傾向にあります。
- 4 牛乳の生産量は、減少傾向にあります。

日本の酪農の未来を、私たち酪農家は全国各地でPRしています。

日本の酪農を守るために、私たちは全国各地でPRを行っています。



日本の酪農がピンチです!

NO MILK NO LIFE

「食卓から牛乳や乳製品が消えるかもしれない。一人の食生活から日本の酪農は消えていく。酪農業界に危機感を感じ、酪農の現状を伝える活動を行っています。日本の酪農を守り、牛乳や乳製品を美味しくいただくために、ぜひ皆さんのご協力をお願いします。」



おいしくて、安心・安全な牛乳・乳製品をいつまでもお届けするために。



いつも北海道の牛乳・乳製品をご愛顧いただきありがとうございます。常においしく、安心・安全であり続けるために、そして、誰もが買やすい牛乳・乳製品価格を維持するために、酪農家はがんばってきました。しかし今、酪農家は、これまでにない危機的な状況に直面しています。

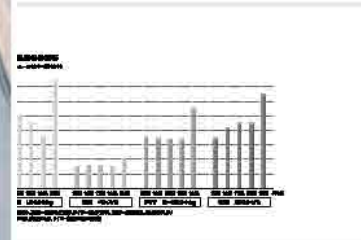
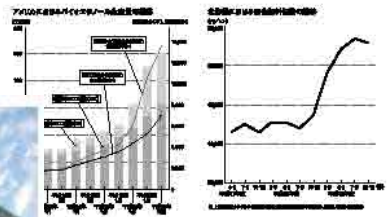
生産コストが求められている北海道産牛乳

北海道の生乳生産量は年間約370万トンに上り、これは全国の生産量の約半額を占めています。現在、乳製品需要の増加によって北海道産牛乳の需要量が大きく伸びている状況にあります。また、年度末には、大手乳業メーカーのチーズ工場が相次いで増産を予定していることから、北海道産

生乳に対する需要は今後もさらに高まることとなり、北海道へは安定的な生乳生産の拡大が強く期待されています。しかし、いま、安定的な生乳生産を困難にする、大変大きな問題が起こっています。

急激に上昇する生産コスト

近年、世界的なバイオエタノールの需要の拡大によって、その原料となるトウモロコシなどの穀物価格が高騰しています。トウモロコシは畜養飼料の主要な原料でもあることから、その結果、牛乳が食費を食わず代も急激に上昇しています。このことにより、酪農・畜産における牛乳生産コストが大幅に上昇



が、
ためには、
るのです。

北海道指定生乳生産者団体
ホクレン農業協同組合連合会
www.hokuren.or.jp

日本経済新聞等に広告掲載 (ホクレン)

日本農業新聞等に広告掲載

消費者会員誌・ミルククラブ 特集記事 (9頁) を掲載

活動の主な実施内容 ③ 地域などその他の活動

1. 消費者向け小冊子の配布(1月末段階)

街頭及びイベント会場などでの配布：全国で184万部
 牧場での配布：全国で10万部

2. 流通向け小冊子の配布(12月末段階)

量販店等のバイヤーへ配布：全国で約7,000店舗

3. 地方における街頭等での活動(1月末段階)

約300箇所、酪農家など参加者は延べ3,500名

【広告番号 9415☆ 22/23 P】No. 20
 酪農家らアピール 牛乳値上げ「理解して」
 ○中国新聞 2007年10月27日 朝刊◇ 8面
 ※無断複製転載禁止



■ELNET■
 2007年12月10日12:06
 ftanij

【広告番号 9418☆ 4/5 P】No. 3
 酪農家で「限界」 飼料、燃料高騰ダブルパンチ 生乳価格は据え置き 産業界の危機
 ○読売新聞 2007年11月21日 夕刊◇ 08面
 ※無断複製転載禁止



■ELNET■
 2007年12月10日12:07
 ftanij



全国紙・地方紙など一般紙等での報道は1月末段階で約70回。

その後の主なTV報道

噂の現場 2007年12月23日TV東京放送
 バターが足りないクリスマス
 あなたの知らない乳製品の世界



おはよう日本 2007年2月5日NHK放送
 牛乳値上げ 酪農の現場は



トコトンハテナ 2007年2月24日TV東京放送
 牛乳値上げ 牧場で何が起きているの？



どうして値上げなのか？
 実際に牧場に確かめに行
 ってきました！
 牧場を実際に案内して頂き
 ながら、酪農家さんの本音
 に迫りました。
 牛乳値上げの理由とは？